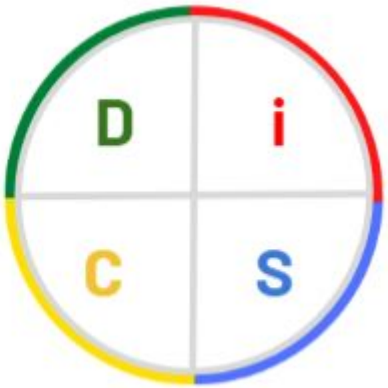
Ứng dụng DISC

Tâm lý học trong bán hàng và quản trị nhân sự

Biên soạn và tổng hợp: SlimCRM.vn

NỘI DUNG



1. Nguyên tắc và nền tảng của DISC
2. Phân tích chi tiết từng phong cách trong DiSC
3. Tối đa hóa hiệu quả bán hàng bằng cách điều chỉnh hành vi
4. Sơ đồ hướng dẫn tiếp cận khách hàng

1

Nguyên tắc và nền tảng về DISC

Nguyên tắc và nền tảng của DiSC

DISC là **công cụ xác định tính cách** của một người bằng cách quan sát hành vi

- Tất cả các kiểu DiSC đều có giá trị như nhau và mỗi người là sự pha trộn của tất cả bốn phong cách.
- Phong cách DiSC của bạn bị ảnh hưởng bởi khác các yếu tố như **kinh nghiệm sống, giáo dục, và quá trình trưởng thành.**
- Hiểu bản thân là bước đầu tiên giúp bạn làm việc hiệu quả hơn với người khác.
- Tìm hiểu phong cách DiSC của người đối diện sẽ giúp bạn nắm rõ các ưu tiên và thách thức khi làm việc với họ
- Bạn có thể cải thiện chất lượng quá trình tương tác với khách hàng bằng DiSC để xây dựng mối quan hệ hiệu quả.

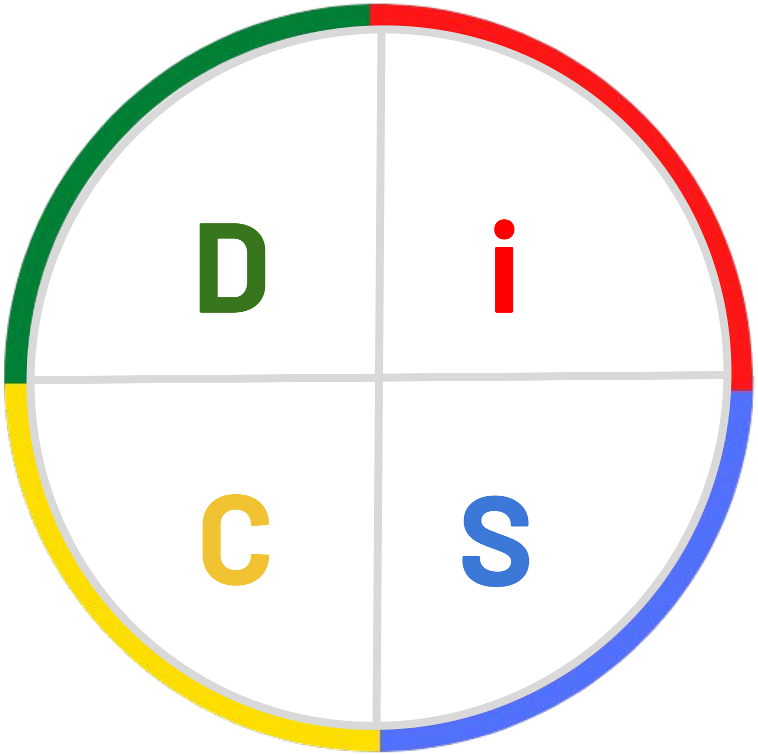
Tổng quan về mô hình DISC

Dominance - Thống lĩnh

- Chủ động
- Hướng tới kết quả
- Chắc chắn
- Ý chí mạnh mẽ
- Tự tin

Conscientiousness - Kỷ luật

- Tư duy phân tích
- Kín đáo
- Thận trọng
- Chính xác
- Tính hệ thống



Influence - Ảnh hưởng

- Hướng ngoại
- Nhiệt tình
- Lạc quan
- Năng lượng cao
- Sáng tạo

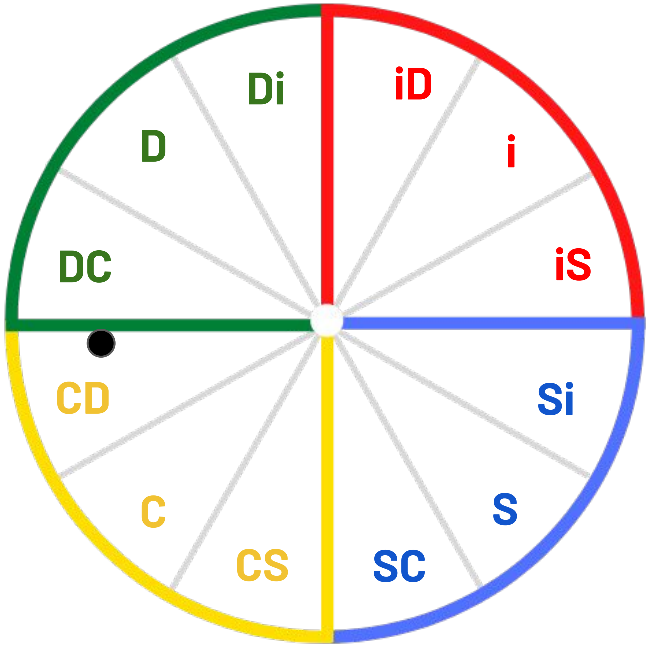
Steadiness - Kiên định

- Bình tĩnh
- Có trách nhiệm
- Kiên nhẫn
- Khiêm tốn
- Có tài ứng biến

Mô hình DiSC là gồm bốn kiểu cơ bản: D - i -S - C. Mỗi kiểu được chia thành ba vùng. Tổng cộng sẽ có 12 vùng khác nhau - mỗi điểm chấm đen tương ứng với tính cách mỗi người.

Ví dụ: Nhân viên Sales thuộc phong cách CD

- Dấu chấm đang nằm trong khu vực C và gần đường biên giới khu vực D, bạn sẽ thuộc phong cách CD.
- Mỗi người đều có sự pha trộn của cả bốn phong cách, nhưng hầu hết họ có xu hướng tập trung vào một hoặc hai phong cách.
- Không có vị trí nào tốt nhất. Tất cả các kiểu DiSC đều bằng nhau và có giá trị theo cách riêng .



Cùng làm rõ hơn các đặc điểm tâm lý của một nhân viên bán hàng thuộc phong cách CD qua **3 điểm** sau:

{ Điểm số 1 } Những ưu tiên khi bán hàng

SlimCRM

Thể hiện năng lực

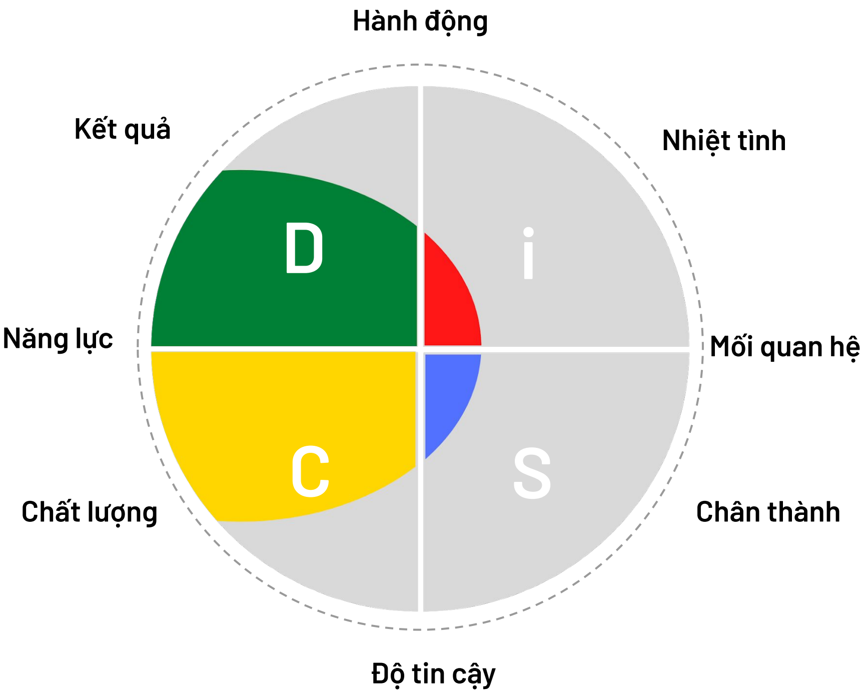
Bạn thẳng thắn và tự tin trong các tình huống bán hàng bằng am hiểu về doanh nghiệp và những gì đang bán. Bạn có thể kiểm soát các cuộc thảo luận để giúp khách hàng đi đến kết luận hợp lý

Đảm bảo chất lượng

Bạn trình bày rằng sản phẩm vượt trội như thế nào dựa trên sự thật và dữ liệu. Đảm bảo chất lượng rất quan trọng nên bạn làm hết sức mình để thuyết phục khách hàng về giá trị sản phẩm

Nhấn vào kết quả đạt được

Bạn nhấn mạnh cách mà sản phẩm sẽ tác động đến mục tiêu chính của khách hàng. Bạn luôn tập trung vào thực tế và mục tiêu hợp lý. Bạn cho khách hàng thấy chính xác sản phẩm sẽ giúp họ có được kết quả ấn tượng mà họ muốn.



Độ tin cậy cao

Bạn khuyến khích khách hàng đặt câu hỏi và sẵn sàng cung cấp bằng chứng cần thiết để tăng tin cậy về tính bảo mật về những gì cung cấp. Bạn cố gắng cho mọi người thấy khi làm việc bạn là đối tác đáng tin cậy.

SlimCRM

{ Điểm số 2 } Thế mạnh khi bán hàng

Năng lực	Kết quả	Chất lượng	Độ tin cậy
• Tìm kiếm thông tin để hiểu khách hàng và nhu cầu của họ • Có đủ hiểu biết và sự tự tin. • Sẵn lòng giải đáp mọi câu hỏi từ khách hàng. • Mọi người thấy bạn có khả năng đáp ứng nhu cầu của họ. • Không cho phép cảm xúc cá nhân ảnh hưởng khi thuyết trình bán hàng.	• Không lãng phí thời gian của khách hàng cho những thảo luận nhỏ • Luôn theo sát và tập trung khi thảo luận • Nhanh chóng tìm ra kết nối giữa nhu cầu của khách hàng và sản phẩm / dịch vụ. • Kiên trì và quyết đoán trong việc đảm bảo thỏa thuận. •Giúp khách hàng tập trung vào kết quả.	• Xử lý khiếu nại về chất lượng sản phẩm dựa trên dữ liệu và bằng chứng. • Làm việc có trật tự và tổ chức • Bám sát thực tế về các vấn đề của khách hàng. • Theo dõi cẩn thận các chi tiết quan trọng. • Tránh đưa ra những tuyên bố kỳ quặc hoặc cường điệu hóa lời đề nghị. • Luôn tìm kiếm câu trả lời hợp lý cho câu hỏi của khách hàng.	• Lên trước kịch bản để tránh những điều bất ngờ khi gặp khách hàng. • Sẵn sàng hỗ trợ khách nếu mọi việc không diễn ra theo đúng kế hoạch. • Nhấn mạnh sự tin cậy của sản phẩm. • Không hứa hẹn nhiều hơn những gì có thể cung cấp. • Mọi người cảm thấy tôi trung thực và đáng tin cậy. • Làm việc chăm chỉ để cung cấp một sản phẩm hoặc dịch vụ an toàn.

SlimCRM

{ Điểm số 3 } THÁCH THỨC khi bán hàng

Hành động	Mối quan hệ	Sự nhiệt tình
• Đôi khi thực hiện quá trình mất thời gian • Tiếp cận trò chuyện với khách hàng theo cách quá logic. • Có thể bị sa lầy vào chi tiết cụ thể. • Không làm nổi bật các khía cạnh sáng tạo của sản phẩm / dịch vụ • Cung cấp quá nhiều thông tin không liên quan.	• Có thể bỏ qua những nỗ lực của khách hàng để hiểu về mình. • Có thể bỏ qua việc thiết lập mối quan hệ cá nhân với khách hàng. • Gặp khó khăn khi đọc ngôn ngữ cơ thể hoặc tâm trạng của khách hàng. • Đôi khi lơ là việc đồng cảm với khách hàng. • Có thể trở nên thiếu kiên nhẫn với cuộc nói chuyện nhỏ hoặc sự thiếu quyết đoán của khách hàng.	• Đôi khi có thể tỏ ra xa cách hoặc xa cách với khách hàng. • Có thể đi sâu vào các phân tích dài gây nhàm chán hoặc gây nhầm lẫn cho khách hàng. • Bạn có thể nhấn mạnh sự thật và số liệu hơn là trực giác và đam mê. • Có thể đi qua như bi quan hoặc hoài nghi. • Có thể khiến khách hàng không hào hứng với sản phẩm

2

Phân tích chi tiết từng phong cách trong DiSC

Thống trị

Ưu tiên: Hướng đến kết quả, hành động nhanh, coi trọng năng lực

Thúc đẩy bởi: Quyền lực và làm chủ, cạnh tranh, chiến thắng, thành công

Nỗi sợ: Mất kiểm soát, suy giảm lợi thế, dễ bị tổn thương

Dấu hiệu nhận biết: Tự tin,làm chủ, mạnh mẽ, sẵn sàng chấp nhận rủi ro

Hạn chế: Thiếu quan tâm đến người khác, ít kiên nhẫn, đôi khi vô cảm

Ảnh hưởng

Ưu tiên: Sự nhiệt tình, chủ động, xây dựng mối quan hệ

Thúc đẩy bởi: Sự công nhận từ xã hội, mối quan hệ thân thiện

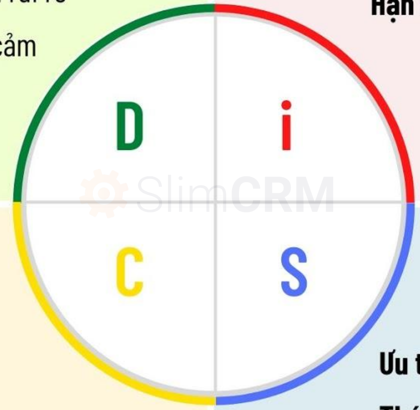
Nỗi sợ: Từ chối xã hội, sự từ chối, mất mát ảnh hưởng, bị phớt lờ

Dấu hiệu nhận biết: Sự thu hút, nhiệt tình, hòa đồng, lạc quan, nói nhiều

Hạn chế: Bốc đồng, thiếu kiên trì, hời hợt, vô tổ chức

Hoạt động
Tốc độ nhanh
Quả quyết
Năng động
Dũng cảm

Đặt câu hỏi
Tập trung vào logic
Mục tiêu
Nghi ngờ
Thách thức



Chấp nhận
Tập trung vào con người
Thông cảm
Tiếp nhận
Đồng ý

Chu đáo
Nhịp độ vừa phải
Điềm tĩnh
Có phương pháp
Cẩn thận

Kỷ luật

Ưu tiên: Đảm bảo chất lượng, sự tin cậy, coi trọng năng lực

Thúc đẩy bởi: Cơ hội sử dụng chuyên môn hoặc đạt được kiến thức, sự chú ý chất lượng

Sợ hãi: Bị chỉ trích, sự bất cẩn, sai phạm

Dấu hiệu nhận biết: Độ chính xác, tính phân tích, hoài nghi, thận trọng, bình tĩnh

Hạn chế: Sự chỉ trích, , cô lập bản thân

Kiên định

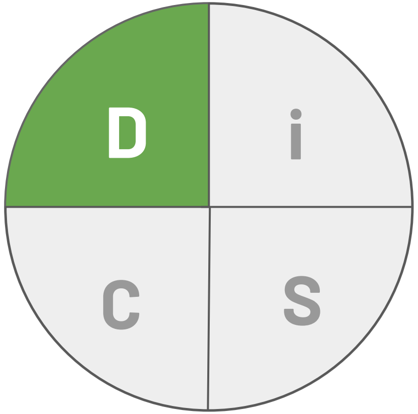
Ưu tiên: Sự chân thành, tin cậy, xây dựng các mối quan hệ

Thúc đẩy bởi: môi trường ổn định, chân thành, đánh giá cao, hợp tác, cơ hội để giúp đỡ

Sợ hãi: Bất ổn định, hay thay đổi, mất hòa đồng, bị xúc phạm

Dấu hiệu nhận biết: Tính kiên nhẫn, hoạt động nhóm tốt, tiếp cận bình tĩnh, lắng nghe tốt, khiêm tốn

Hạn chế: Dễ dãi, xu hướng ít thay đổi, thiếu quyết đoán

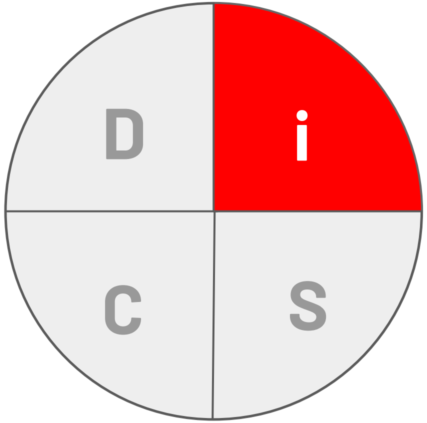


Phong cách D (Thống lĩnh)

Những khách hàng thuộc phong cách D có **nhịp độ nhanh & thẳng thắn** và **đặt câu hỏi & hoài nghi**.

Dấu hiệu	Yếu tố tác động	Nhân viên bán hàng cần điều chỉnh hành vi ra sao?
- Phong thái quyết đoán, nghiêm túc hướng đến kết quả - Tốc độ nhanh, định hướng hành động -Cách nói thẳng thắn - Sẵn sàng chấp nhận rủi ro - Theo chủ nghĩa hoài nghi - Thiếu kiên nhẫn với cuộc nói chuyện nhỏ - Hay muốn kiểm soát các cuộc thảo luận - Cách tiếp cận cứng rắn - Phong cách nhanh nhẹn, quyết đoán	- Họ quan tâm đến kết quả cuối cùng - Luôn Hành động nhanh và thúc đẩy mọi thứ về phía trước - Họ mong đợi từ một nhân viên bán hàng có năng lực	**Giải quyết nhu cầu "có được kết quả ngay"** • Cung cấp cho họ nhiều lựa chọn. • Thể hiện mong muốn giúp họ có được kết quả ngay lập tức. • Chứng minh làm thế nào đề nghị có thể cải thiện vấn đề, nỗi đau của họ Hướng tới hành động dứt khoát **Vào ngay vấn đề.** • Tạo ra một tốc độ khẩn cấp, nhanh chóng. • Hãy ngắn gọn nhất có thể. **Chúng minh năng lực** Có được sự tôn trọng bằng cách tỏ ra tự tin. • Hãy thẳng thắn khi thích hợp. • Thể hiện sự tôn trọng đối với thẩm quyềncủa họ

SlimCRM

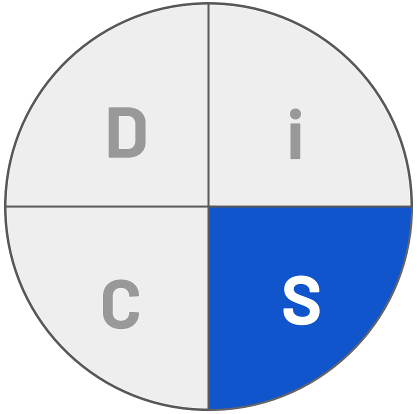


Phong cách I (Ảnh hưởng)

Những khách hàng có xu hướng về i đều có **nhịp độ nhanh & thẳng thắn** và **chấp nhận & nồng nhiệt.**

Dấu hiệu	Yếu tố tác động	Cách thích ứng
- Cách tiếp cận lạc quan và nhiệt tình - Phong thái thân thiện - Dựa vào trực giác hoặc bản năng - Tốc độ nhanh, định hướng hành động - Quan tâm việc hình thành các mối quan hệ cá nhân -Cân nhắc về những cảm xúc khác -Thích thú gặp gỡ những người mới -Có xu hướng thích những cuộc trò chuyện nhỏ -Sẵn sàng thử những ý tưởng sáng tạo hoặc đột phá	- Họ mong đợi sự nhiệt tình và hứng thú - Mong đợi những mối quan hệ thân thiện và đáng tin cậy - Họ mong đợi hành động nhanh chóng và tác động ngay lập tức	**Thể hiện sự nhiệt tình** • Tận dụng sự lạc quan tự nhiên của họ. • Cho phép họ bày tỏ suy nghĩ của mình. • Tránh trở nên tiêu cực hoặc bi quan, làm giảm nhiệt tình của họ **Hướng tới hành động hiệu quả** • Hạn chế cung cấp nhiều chi tiết hơn mức cần thiết. • Tránh trình bày quá nhiều phân tích. • Tạo sự phấn khích về những thay đổi, tiềm năng sản phẩm mang lại. **Xây dựng mối quan hệ tích cực** • Đặt câu hỏi ngẫu nhiên, kết thúc mở cho phép họ nói và kể câu chuyện của họ. • Trả lời câu hỏi của họ về bạn, nếu thích hợp, trước khi quay lại với việc bán hàng • Tìm cách để làm cho cuộc nói chuyện nhỏ liên quan đến giao dịch bán hàng

SlimCRM

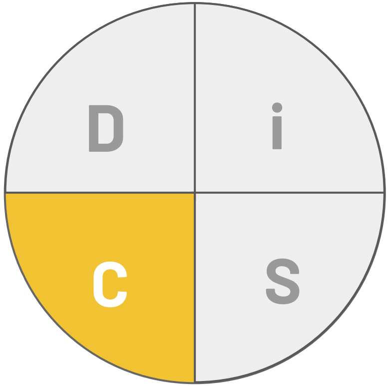


Phong cách S (Kiên định)

Những khách hàng có xu hướng về S đều **chấp nhận & nồng nhiệt** và **thận trọng & trầm ngâm**

Dấu hiệu	Yếu tố tác động	Cách thích ứng
• Cách nói nhẹ nhàng hơn • Tốc độ vừa phải, có phương pháp • Kỹ năng lắng nghe chăm chú, kiên nhẫn • Bình tĩnh, thái độ hòa nhã • Khiêm tốn và tiết chế • Hay miễn cưỡng những quyết đinh nhanh chóng • Thận trọng hoặc do dự khi đưa ra quyết định • Tính khí thất thường • Lảng tránh thay đổi	• Họ mong đợi sự chân thành và cách tiếp cận tự nhiên • Họ mong đợi nhân viên bán hàng với lời đề nghị đáng tin cậy • Họ mong đợi một mối quan hệ đáng tin cậy	**Giải quyết nhu cầu về sự chân thành** • Cho thấy rằng bạn đồng cảm với các vấn đề của họ. • Làm rõ những nghi ngờ của họ và giải quyết chúng • Thể hiện rằng bạn sẵn sàng lắng nghe. **Xây dựng mối quan hệ thân thiết** • Đáp lại những nỗ lực của họ để làm quen với bạn, ở mức độ mà bạn cảm thấy thoải mái. • Đặt câu hỏi và cho họ không gian để nói chuyện. • Làm hết sức mình để kết nối với họ ở cấp độ cá nhân. **Đảm bảo độ tin cậy** • Cung cấp các dẫn chứng, chi tiết cụ thể khi thích hợp. • Thu hút sự chú ý của họ để đảm bảo, lời chứng thực hoặc vấn đề đã được bảo mật. • Cung cấp sự đảm bảo hỗ trợ trong và sau thỏa thuận.

SlimCRM



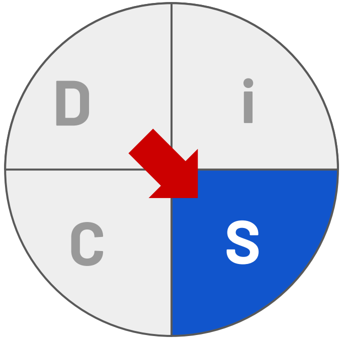
Phong cách C (Kỷ luật)

Khách hàng có xu hướng về C đều **đặt câu hỏi & hoài nghi** và **thận trọng & trầm ngâm.**

Dấu hiệu	Yếu tố tác động	Nhân viên bán hàng cần làm gì để thích ứng ?
• Chuyên nghiệp, thậm chí thái độ khắc kỷ • Tốc độ chậm, có phương pháp • Dựa vào logic và lý trí • Tránh biểu lộ cảm xúc • Khó chịu với những câu hỏi nhỏ hoặc câu hỏi cá nhân • Chủ nghĩa hoài nghi • Thận trọng khi đưa ra quyết định • Tính chất riêng tư, dè dặt • Mong muốn có những điều chính xác • Quan tâm đến chi tiết	• Họ mong đợi các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao • Họ mong đợi năng lực và chuyên môn từ nhân viên bán hàng • Họ mong đợi sự tin cậy và trách nhiệm	**Nhấn mạnh chất lượng cao** • Công nhận mối quan tâm của họ mà không gặp phải sự hung hăng hoặc phòng thủ. • Có càng nhiều chi tiết và sự kiện tcàng tốt. • Nhấn mạnh những lợi thế của sản phẩm hoặc dịch vụ. **Thể hiện chuyên môn và năng lực** • Sử dụng một cách tiếp cận thực tế. • Chứng minh chuyên môn của bạn bằng cách tham khảo hồ sơ năng lực của bạn. • Cung cấp logic và lý luận đằng sau các đề xuất hoặc kết luận **Giải quyết nhu cầu về độ tin cậy** • Trình bày thông tin một cách có phương pháp, rõ ràng và hợp lý. • Khuyến khích họ phân tích và tương tác với thông tin bạn trình bày. • Sử dụng các ví dụ về độ tin cậy từ quá khứ.

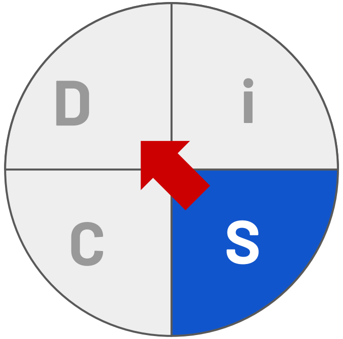
SlimCRM

3 Điều chỉnh hành vi để tối đa hiệu quả bán hàng



Vị trí của mỗi nhân viên bán hàng trên Bản đồ DiSC cho họ có thể phù hợp hoặc xung khắc với đặc điểm tâm lý các nhóm khách hàng khác nhau.

Ví dụ: Nhân viên bán hàng có xu hướng theo phong cách S có thể tương đối dễ thích nghi với những khách hàng ưu tiên sự chân thành, đáng tin cậy và các mối quan hệ.



Tuy nhiên, ba vị trí còn có thể khiến sales gặp khó khăn nhất khi thích nghi với khác hàng thuộc các phong cách D, I,C .

Ví dụ: Nhân viên bán hàng theo phong cách S có thể khó thích nghi với khách hàng theo phong cách D- nhóm người ưu tiên Kết quả, hành động và năng lực, bởi vì những điều này với nhân viên bán hàng theo phong cách S sẽ ưu tiên thấp nhất.

SlimCRM

QUAN TRỌNG LÀ....

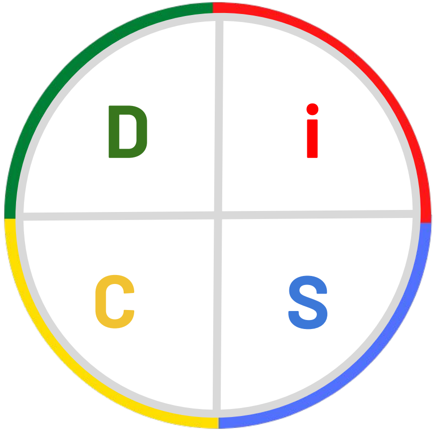
Nhân viên sales luôn phải điều chỉnh hành vi để thích ứng với nhu cầu khách hàng,

Bạn cần nhận thức được những khác biệt và điều chỉnh thực hiện phù hợp phục vụ cho bán hàng

4 Sơ đồ hướng dẫn tiếp cận khách hàng







BƯỚC 1

Xem xét khách hàng trọng điểm bạn đang tiếp cận thuộc xu hướng nào?

- **Nhịp độ nhanh và thẳng thắn**
- **Thận trọng và trầm ngâm**

(Đánh dấu một nhóm trên hoặc dưới.)

BƯỚC 2

Xem xét khách hàng này cũng đang theo xu hướng nào ?

- **Đặt câu hỏi & hoài nghi**
- **Chấp nhận & Ấm áp**

(Đánh dấu nhóm bên trái hoặc bên phải.)

BƯỚC 3

Kết hợp các xu hướng khách hàng để xác định phong cách DiSC của họ

(***Đánh dấu kiểu khách hàng DiSC.***)

SlimCRM

Hệ sinh thái chuyển đổi số Slimsoft

SlimCRM

Tăng năng lực quản trị bán hàng

slimemail

Công cụ tiếp thị email tự động

SlimWeb

Công cụ thiết kế web chuẩn marketing

slimADS

Công cụ tăng số lượng khách hàng

Kết nối ngay với chúng tôi